Ensemble, développons l'Education à la santé auditive pour tous.

Réf. Sponsors/Pros-Bques-Assu
Sept.2015

JEUDI 10 MARS 2016, 19e édition de la Journée Nationale de l'Audition
Accompagner la JNA, c'est être fortement identifié « acteur social responsable » auprès des Français et des médias.

Bonjour,

L'association JNA, association loi 1901 à but non lucratif, porte le combat de la reconnaissance de la santé auditive comme facteur clé de santé. Elle mobilise depuis 20 ans les pouvoirs publics, les médias, les acteurs de la santé et de la prévention. Selon le Conseiller d'Etat, président du Conseil d'administration de l'Invs et de l'Eprus, et membre du Comité scientifique de la JNA, le Pr. Lionel Collet : « *la JNA est une caisse de résonance sans équivalent* ».

Aujourd'hui cette résonance dépasse les simples frontières de l'hexagone, et les savoir-faire de mobilisation des acteurs et des médias de l'équipe JNA, intéressent les responsables gouvernementaux en charge de la santé dans différents pays. Chaque année, le site journee-audition.org (premier portail d'information non commercial dans le domaine de l'audition) bénéficie de connexions dans le monde entier et dans les pays francophones.

La JNA mobilise 2 400 acteurs de la prévention et de la santé (Villes, Collectivités locales, Etablissements scolaires, Associations, Mutuelles, Institutions de Retraite et de Prévoyance, Associations de malentendants, services ORL des Centres hospitaliers, les Médecins, les Orthophonistes, les Professionnels paramédicaux, les Maisons de retraite, les Entreprises, les Services de Santé au Travail), les Médias (1 500 sujets et reportages réalisés à l'année !) ; les Pouvoirs Publics.

Devenir sponsor de la JNA , c'est rendre sa marque visible auprès de millions de Français de tous les âges.
La JNA offre l'opportunité de positionner sa communication sociale responsable de manière positive en accompagnant le combat de l'association qui vise à favoriser le Bien Etre et le Bien Vivre le plus longtemps possible, en intégrant la santé auditive comme un élément de l'équilibre de santé et de vie. Un axe de communication positif qui diffère du segment de communication : « audition = handicap ».

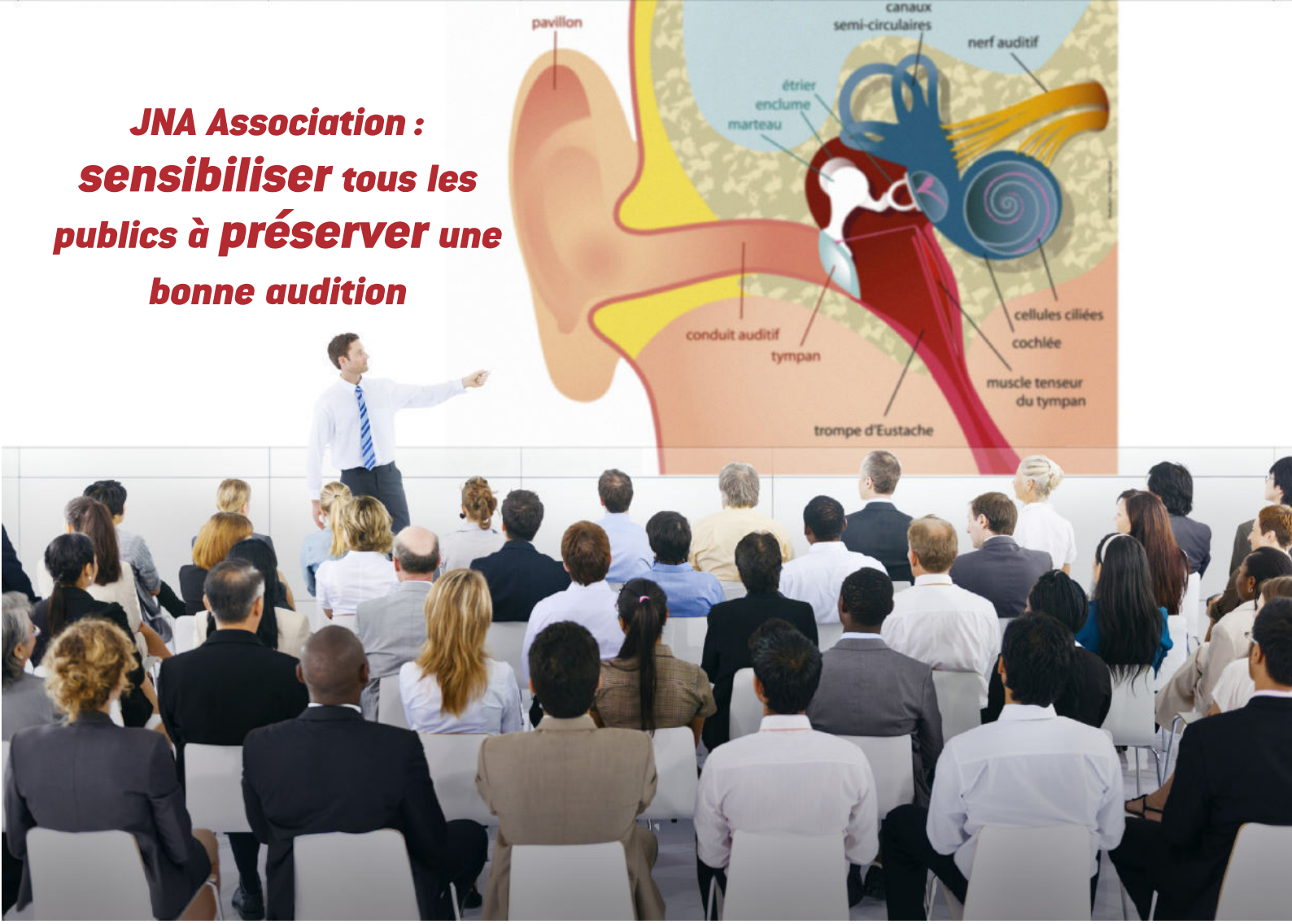
Le territoire de communication et de marketing « santé auditive » est aujourd'hui peu investi par les marques hors secteur de l'audition. Il s'agit pourtant d'un territoire à devenir fortement positif. Pour cette raison, elles s'y intéressent de plus en plus.

Nous vous proposons d'étudier avec vous la meilleure façon de vous rendre fortement visible en nous aidant à développer des programmes d'envergure à fort impact.

Vos interlocuteurs :
Nathalie Mesbah : nathalie@journee-audition.org
Sébastien Leroy : sebastien.leroy@journee-audition.org

Dr Pascal FOEILLET (Orl)
Vice-Président de l'association JNA

JNA Association :
sensibiliser tous les publics à préserver une bonne audition



JNA : tous concernés

Il y a quelques années en arrière, on ne parlait jamais des problèmes d'audition. C'était un sujet tabou. Les médias pensaient que cela concernait uniquement le 3e âge et les sourds. L'audition et ses mécanismes étaient un domaine peu, voire pas du tout expliqué au public.

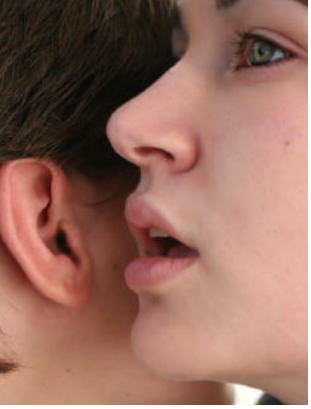
Pourtant, les mécanismes de l'oreille sont fragiles et aisément détruits en cas d'exposition à un bruit excessif et leur usure est un phénomène naturel qui touche potentiellement l'ensemble des individus.

C'est pourquoi une Journée Nationale d'information et de sensibilisation a été créée il y a 15 ans par une équipe de scientifiques, de chercheurs, de médecins ORL, d'audioprothésistes et d'associations… Traditionnellement, tous les ans, la campagne est programmée le 2e jeudi du mois de mars. Cet engagement s'inscrit au cœur des programmes de santé français et européens.

Association pour l'information et la prévention dans le domaine de l'Audition

JNA ASSOCIATION
Journée Nationale de l'Audition

www.journee-audition.org



Notre audition : une fonction primordiale de la communication

« L'audition est une fonction primordiale de la communication. Il est essentiel d'informer le public et de mobiliser les pouvoirs politiques et sociaux à la préservation et à la conservation de cette fonction. » Tel est le leitmotiv fédérateur de la Journée Nationale de l'Audition. L'association JNA a donc pour mission de transmettre une information scientifiquement validée au plus grand nombre. Elle s'appuie pour cela sur son Comité scientifique composé de médecins ORL, de chercheurs, de professionnels de l'audition et de représentants d'association oeuvrant dans le domaine de l'audition.

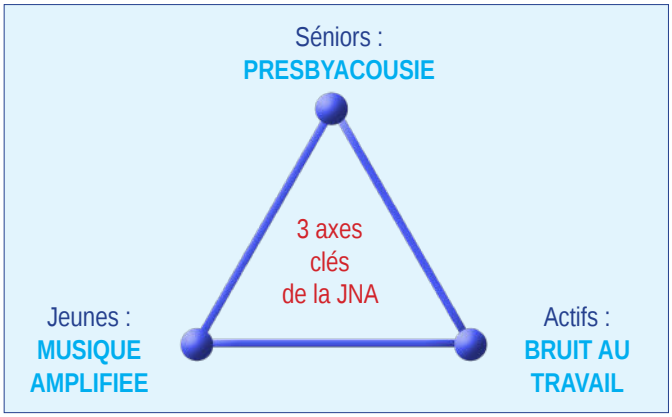
Tout savoir sur l'audition, à travers une pédagogie claire et didactique

Tous les ans, cet évènement donne ainsi l'opportunité aux professionnels et experts de l'audition d'expliquer de façon claire au grand public, les mécanismes complexes de l'oreille et la relation entre l'audition et la communication. Ainsi, il est important de souligner que l'audition se révèle être un formidable levier d'action pour :

- réduire les risques de troubles de l'apprentissage chez les jeunes enfants et ainsi éviter le décrochage scolaire
- améliorer et favoriser la communication relationnelle à tout âge de la vie et maintenir un lien social indispensable
- agir sur l'absentéisme en raison de maladie professionnelle
- mieux gérer le vieillissement et retarder la dépendance chez les personnes âgées en favorisant la qualité de vie et le "Bien vieillir"
- réduire les risques d'exclusion et de précarité sociale

Et plus l'homme intègrera cette connaissance et plus il s'assurera une bonne Santé auditive et un meilleur vieillissement. Ce levier existe aussi bien au niveau individuel que collectif. Aussi, l'association JNA s'inscrit dans les grandes causes de santé publique depuis plus de 15 ans.

L'action de l'association répond à plusieurs enjeux politiques intégrés dans les programmes de santé du gouvernement et de la commission européenne.



Des enjeux politiques qui rejoignent 3 axes de santé publique

Séniors : Bien vieillir et autonomie. Dégradation cognitive.
Jeunes : Réduction des traumatismes. Amélioration de l'apprentissage scolaire. **Actifs :** Bruit au travail. Réduction des maladies professionnelles.

Programme de vie : Hygiène de vie et Gestion du stress auditif

La place de l'audition dans la vie est en train de changer. L'ouïe devient un sens précieux au cœur de la qualité de la relation à l'autre. Notre association s'efforce de véhiculer plus que tout ce message auprès des différents publics.

Conserver ses capacités auditives contribue à garder une bonne communication avec sa famille, ses amis, ses collègues… L'ouïe s'annonce comme une porte ouverte sur le Bien Vieillir et comme un facteur de la qualité de la relation sociale et affective au quotidien.
Pour éviter le vieillissement précoce de l'oreille, notre association vise aussi les jeunes.
Lors de chaque campagne, la JNA est l'occasion de leur faire découvrir un nouveau concept du plaisir auditif durable. « The Pleasure of Sound by JNA » est un programme destiné aux jeunes, aux musiciens amateurs et professionnels, aux DJ…

Ce concept concerne également les actifs dans leur environnement de travail. Bien que la règlementation impose, et ce depuis peu de temps, la mise à disposition de protections auditives individuelles par les employeurs, nombre d'actifs ne les portent pas ou les enlèvent au cours de la journée au risque d'en perdre tout le bénéfice et en même temps leurs capacités auditives.

Ensemble restons vigilants et créons le vrai changement vers le plaisir auditif durable.
Ensemble, développons le label JNA.
Depuis plus de 15 ans, les professionnels du secteur de l'audition, médecins ORL, audioprothésistes, fabricants, associations, entreprises, écoles, Villes et collectivités, services de santé au travail, services de prévention, services ORL des CHU-CHR et les pouvoirs publics nous accompagnent dans cet engagement. Aujourd'hui, les actions de la JNA mobilisent et fédèrent de plus en plus d'acteurs.

Porte ouverte sur le bien vieillir

Notre Comité Scientifique compte 26 spécialistes et experts de ce domaine, tous mobilisés pour mettre à disposition du grand public des informations scientifiquement validées.
Seul organisme reconnu indépendant dans le secteur de l'audition, notre association œuvre aussi pour accompagner les évolutions des professionnels de l'audition. Aussi, un programme "accueillance" autour du plaisir auditif durable est développé partout en France avec les médecins ORL et les audioprothésistes.

Nous sommes tous concernés par notre audition. A un moment ou un autre de notre vie, nous pouvons être concernés par des troubles de l'audition, ou par un traumatisme auditif.

Etre bien informé peut permettre de mettre en place des solutions pour profiter pleinement de la vie. L'association JNA s'y engage, c'est sa mission.

Jean Stanko, Président de l'association Journée Nationale de l'Audition

L'oreille des Français en chiffres

Chiffres clés :

- 7% des Français souffrent d'une perte auditive
- 1 Français sur 2 n'a jamais consulté un médecin spécialisé ORL pour contrôler ses capacités auditives
- 1 Français sur 2 se plaint d'être gêné par les nuisances sonores
- 20% seulement des Français concernés par la presbyacousie sont appareillés
- plus du tiers des jeunes ayant perçu une gêne auditive après une exposition au bruit n'a pas consulté
- Le coût moyen d'une surdité professionnelle indemnisée par la sécurité sociale représente près de 100 000 euros, ce qui en fait l'une des maladies professionnelles les plus coûteuses pour la collectivité (source : Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité).

Les conséquences sur la société :

- difficulté d'apprentissage chez les jeunes. Les comportements à risques d'écoute amplifiée posent question quant à l'avenir des capacités auditives des jeunes.
- accident du travail . Ils font partie des premières causes de maladie professionnelle
- difficultés relationnelles. Les troubles de l'audition sont sources de rupture du lien social, d'isolement de la personne, de dépression
- accélération des signes de vieillissement. De récentes études démontrent la relation entre la malentendance et la dépendance des personnes âgées, la dégradation des capacités cognitives.
- apparition d'acouphènes

Une mission et un engagement clairs : la JNA s'est fixé des objectifs

Prévenir et agir ensemble, en donnant du sens à votre politique de prévention auditive

La Journée Nationale de l'audition est un évènement national, dont les objectifs sont de sensibiliser le public sur les risques liés à l'audition et les moyens de protéger son capital auditif. La campagne d'intérêt général remporte chaque année un vif succès auprès de tous les publics, avec près de 2 500 acteurs dans toutes les régions qui développent des actions de proximités (journées portes-ouvertes d'information et de dépistages, expositions, conférences, réunions publiques…)

Cet évènement donne lieu chaque année à plus de 1 200 retombées médiatiques en audiovisuel et en presse écrite à travers de nombreux reportages, sujets et dossiers complets sur tous les aspects de l'audition.

Quel que soit votre type de structure, l'association JNA vous aide et vous accompagne dans votre démarche de prévention visant au choix, les jeunes, les seniors ou les travailleurs dans les entreprises.

> Ainsi, par exemple, l'édition JNA – 2013, sur le thème des seniors a donné une large place à la relation entre l'audition et le « bien vieillir ». Ce fut notamment l'occasion de positionner l'audition comme un garant de la relation sociale et *in fine* comme l'un des leviers de l'autonomie chez les personnes âgées.

> Dans de nombreuses entreprises, les travailleurs sont également directement concernés. Certains d'entre eux sont exposés quotidiennement à des bruits toxiques. Et bien qu'équipés de protections auditives, ils n'ont pas forcément le réflexe de les porter en continu. Là encore, c'est l'opportunité pour les chefs d'entreprises de s'associer à la campagne JNA pour informer leurs effectifs.

> Les jeunes sur le danger de l'écoute de la musique amplifiée .

L'enquête Ipsos-JNA réalisée en 2012 « Le capital auditif des jeunes est-il en danger ? » a révélé une prise de conscience quant à l'impact du volume sonore chez le public des jeunes. Par contre, la relation volume d'écoute et temps d'écoute n'est encore pas suffisamment intégrée. Il est donc nécessaire de poursuivre les actions de prévention.

Ainsi, aujourd'hui près de 150 établissements scolaires en France, profitent de cet évènement en s'associant à la campagne JNA pour informer et sensibiliser leurs élèves pour préserver leur capital auditif.

La Fête de la musique constitue également un autre temps fort tous les ans.

2000 points et relais d'information au service du public

Membres du comité scientifique de la JNA

Dr. Didier BOUCCARA
ORL - Praticien Hospitalier (75)

Pr. André CHAYS
ORL - Praticien Hospitalier (51)

Mme Sylviane CHERY-CROZE
Directeur honoraire de recherche au CNRS (07)

Mme Huguette CLOUX
Présidente de l'Oreille d'or (69)

Pr. Lionel COLLET
Professeur des Universités
Praticien hospitalier (69)

M. Martial FRANZONI
Orthophoniste - Vice-Président du BIAP Paris (75)

M. Brice JANTZEM
Audioprothésiste D.E. (29)

M. Sébastien LAZZAROTTO
Orthophoniste D.E. (13)

Pr. Jacques MAGNAN
Chef de Service ORL
Professeur des Universités (13)

Pr. Yves MANAC'H
Médecin ORL (75)

Dr. Sandrine MARLIN
Pédiatre généticienne (75)

M. Philippe METZGER
Audioprothésiste D.E. (75)

Pr. Bernard MEYER
Chef de Service ORL (75)

Dr. Christian MEYER-BISCH
Consultant en audiologie (92)

Dr. Martine OHRESSER
ORL - Co-fondatrice de l'AFREPA (75)

Pr. Jean-Luc PUEL
Directeur de Recherche Inserm (34)

Pr. Rémy PUJOL
Pr. Emérite Université de Montpellier (34)

M. Jean STANKO
Audioprothésiste D.E. (69)

Pr. Hung THAI VAN
Chef de service audiologie et explorations orofaciales (69)

M. Philippe THIBAUT
Audioprothésiste D.E. (30)

Pr. Patrice TRAN BA HUY
ORL Chef de Service (75)

Pr. Eric TRUY
ORL Professeur des Universités (69)

Dr. Paul ZYLBERBERG
Médecin du travail - Pdt. Audio Ile de France (75)

Dr. Pascal FŒILLET
Médecin ORL (92)

Dr. Mireille TARDY
Médecin ORL - Phoniatre (13)

M. Denis LANCELIN
Ingénieur d'études CNRS
École Normale Supérieure (75)

DES ENQUETES REGULIERES PLACENT L'ASSOCIATION JNA COMME UN VERITABLE OBSERVATOIRE NATIONAL DE L'AUDITION

« Acouphène et hyperacousie » Enquête JNA – Ipsos – Crédit Agricole 2014
« Les seniors et l'audition » Enquête JNA – Ipsos 2013
« Le capital des jeunes est-il en danger ? » Enquête Réunica – JNA – Ipsos 2012
« Nuisances sonores et gênes auditives » Enquête JNA – Ipsos – Réunica 2011
« Baladeurs numériques : risques pour l'audition » Enquête JNA – Ad'Hoc Research 2010
« L'image des appareils auditifs » Enquête JNA – Malakoff-Médéric – Ipsos 2009
« Le bruit au travail » Enquête JNA – Médéric – Ipsos 2008
« Haro sur les niveaux sonores ! » Enquête JNA – Ad'Hoc Research 2006
« Le bruit au travail » Enquête JNA – IPSOS – Médéric 2005

REFERENCES ET PARTENAIRES DE LA JNA :

PSA PEUGEOT CITROEN - IBM - AIRBUS - CREDIT AGRICOLE - LA BANQUE POSTALE - LA BANQUE BRED - AEROPORT DE BEAUVAIS - CISCO SYSTEM - IPSEN PHARMA - CAMPENON BERNARD CONSTRUCTION - BRISTOL-MYERS - LFB BIOMEDICAMENTS - AIR LIQUIDE WELDING FRANCE - SAINT-GOBAIN - MBF ALUMINIUM - NOVANDIE GROUPE ANDROS...

AGRICA - AG2R - APICIL - REUNICA - CNAV - CARSAT - KLESIA - LOURMEL - HUMANIS - MUTUALITE FRANCAISE - LMDE - MUTUELLE FAMILIALE - MGEN - MFR - IRCOM - IRP AUTO - INTEGRANCE - MUTUELLE MIEUX-ETRE - RSI - FNO - SNORL - UMIH - UNSAF - QUIES - OTICON - WIDEX - PHONAK - SIEMENS - GN HEARING - NEURELEC - SPB AFFINITY - STARKEY - VITALCO - HEARING PROTECH - UNEO MUTUELLE...

LES VILLES : ANGOULEME - NIMES - LE HAVRE - LIMOGES - NARBONNE - LEVALLOIS-PERRET - ROSNY-SOUS-BOIS - BEAUVAIS - ROUBAIX - ROYAN - ANTIBES - SAINT-QUENTIN - CLAMART - COLOMBES - SENS...

De nombreux organismes et structures professionnelles s'associent régulièrement à l'évènement.

Les **Centres Hospitaliers** et les **Médecins ORL** se mobilisent et proposent des tests de dépistages gratuits au public. En contrepartie, la JNA met à leur disposition un kit spécial de documentation et d'information pour l'information du public.

Les **Audioprothésistes** indépendants et sous enseignes organisent des journées portes-ouvertes pour informer le public sur les différentes solutionsde correction auditive en expliquant leur rôle et leur mission dans le processus de l'appareillage. Un kit spécial de communication est fourni par la JNA à près de 1500 professionnels en France et Dom-Tom.

Les **Villes** et les **Collectivités**, les **Centres d'Information Jeunesse**, les **Agences Régionales de Santé** se mobilisent autour de la campagne JNA en proposant des réunions publiques d'informations, en diffusant de la documentation fournie par la JNA, en organisant des expositions et des évènements culturels...

Les **Associations de malentendants** s'impliquent de manière importante et mettent en place de nombreuses actions de préventions : concerts pédagogiques, stands d'information, diffusion de guides d'information, expositions, tables rondes, actions culturelles... Un kit spécial de supports pédagogiques est fourni gratuitement à plus de 150 associations.

Les **Entreprises** et les **Services de Santé au Travail** profitent de l'opportunité de l'évènement pour sensibiliser leurs salariés et personnel exposés au bruit en préconisant l'utilisation de protections auditives sur le lieu de travail.

Les **Etablissements scolaires** diffusent aux jeunes des messages de prévention et de sensibilisation aux risques liés à la musique amplifiée, (baladeurs, concerts, discothèques...) à travers un kit pédagogique fourni par l'association JNA.

Les **Maisons de retraite** et **Résidences de personnes âgées** organisent des actions de prévention ainsi que des tests auditifs auprès de leurs résidents.

Les **Mutuelles de Santé et de Prévoyance**, les **Institutions de Retraites** profitent de l'événement pour proposer des journées d'informations de dépistage à leurs adhérents.

Les **Orthophonistes** expliquent le lien qui existe entre orthophonie et audition et expliquent au public leur rôle et leur mission.

Les **Sophrologues** apportent leur savoir-faire et leurs conseils pour aider les personnes à mieux vivre avec leurs acouphènes.

Plus d'infos :
www.journee-audition.org

Les campagnes JNA sont placées sous le haut-parrainage du Ministère des Affaires sociales et de la Santé et du Ministère délégué chargé des Personnes âgées et de l'Autonomie, du Ministère de l'Education Nationale et du Ministère délégué chargé des Personnes âgées et de l'Autonomie.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Association JNA - Journée Nationale de l'Audition
Association pour l'information et la prévention dans le domaine de l'Audition
20, avenue Paul Doumer 69160 Tassin-la-Demi-Lune
Tél. +33 (0) 4 72 41 88 50 - Fax : 04 78 37 32 90
E-mail : jna@journee-audition.org

S'ASSOCIER A LA JNA : MODE D'EMPLOI

Vous souhaitez vous associer à la campagne JNA et/ou organiser une action de sensibilisation sur le thème de l'audition auprès de votre public pendant la campagne "Journée Nationale de l'Audition" ou en cours d'année ? Plusieurs possibilités de participation s'offrent à vous.

1er NIVEAU

PARTICIPANT OFFICIEL VIA LE BULLETIN DE PARTICIPATION JNA

Le tout premier niveau de participation à la JNA, à la portée de tous, est l'inscription via le Bulletin de participation. Moyennant une contribution financière (représentant a minima, la prise en charge des frais d'envoi pour les associations) , puis en fonction de la nature de votre structure. L'inscription permet de recevoir un kit de documents et supports d'information intégralement validés par les membres du Comité scientifique de l'association pour organiser votre action d'information.
Ces kits ont un contenu et un coût variable selon votre structure, votre profession et/ou votre spécialité.

De plus, ce premier niveau ouvre droit :

- au référencement de votre action dans le programme de l'évènement publié sur le site officiel de la campagne www.journee-audition.org et transmis à notre équipe de la plateforme de réception d'appels du numéro Azur 0 810 200 219 mis à la disposition du public toute l'année.
- à l'accès aux éléments de kit de communication mis à votre disposition pour informer les médias locaux : communiqué et dossier de presse de campagne mis en ligne sur l'espace partenaires dans un espace dédié est réservé aux participants à la Campagne.

Bulletins de participation disponibles sur notre site : www.journee-audition.org/acteurs-participation.htm

2ème NIVEAU

PARTICIPANT OFFICIEL VIA L'ORGANISATION DE VOTRE ACTION EN APPUI DE L'EQUIPE JNA

Dans le cadre de la campagne JNA - Journée Nationale de l'Audition, vous souhaitez :

- organiser votre action de prévention pendant la campagne ou en cours d'année avec l'appui logistique de l'équipe de la JNA (journée d'information, tests de l'audition, conférence, ateliers…)

- accéder aux supports d'exposition et apposer votre logo aux côtés de celui de la JNA sur certains outils d'exposition (Ex.: Panneaux d'exposition roll-up, Affiche personnalisée...)

- insérer votre logo sur les principaux supports d'information de la campagne sans être partenaire officiel sur devis via convention de partenariat (voir verso),

3ème NIVEAU

DEVENEZ PARTENAIRE OFFICIEL JNA, VIA UNE CONVENTION DE PARTENARIAT ET COMMUNIQUEZ L'ENGAGEMENT DE VOTRE GROUPE ET DE VOTRE MARQUE EN TANT QU'ACTEUR CONCERNE PAR LES ENJEUX DE SANTE PUBLIQUE ET DE L'AUDITION

Visibilité et/ou actions du partenaire	Visibilité Force 1	Visibilité Force 2	Visibilité Force 3	Visibilité Force 4
Logo de votre marque sur l'ensemble des supports de la campagne aux côtés des autres partenaires officiels (1)				MAJOR SPONSOR (5)
Logo de votre marque sur la page d'accueil du site officiel de la campagne www.journee-audition.org				
Logo de votre marque sur l'espace partenaires du site officiel et du journal "Tout Savoir sur mon Audition"				
Logo et Texte de présentation dans le dossier de presse partenaires (2) remis à la conférence de presse				
Logo + citations dans le document Bilan de la campagne (2)				
Organisation de journées d'information et de dépistage de l'audition (3) de vos adhérents ou de vos clients				
Financement et partenariat exclusif de l'enquête IPSOS - JNA réalisée tous les ans d'après la thématique de la campagne avec la présence du partenaire à la Conférence de Presse (4)				
Co-élaboration de démarches et d'outils de prévention innovants et exclusifs (5). Visibilité logo dans la zone privilégiée sur l'affiche officielle de la campagne. Citation tous supports JNA.				

(1) Affiche officielle de la campagne (diffusée à 3 000 exemplaires), bandeau vitrine des audioprothésistes (diffusé à 1 500 exemplaires), Journal « Tout savoir sur mon audition (150 000 exemplaires), Pré-bilan de synthèse de la campagne (en ligne sur le site internet dès avril), Bilan de la Campagne (envoyé début septembre à 12 000 contacts et mis en ligne à l'année sur le site internet

(2) Le dossier de presse partenaires est remis aux journalistes lors de la conférence de presse de présentation de la campagne et présent dans sa version dématérialisée sur le site internet officiel de la campagne.

(3) Ces journées sont destinées à sensibiliser vos adhérents, particuliers ou contrat collectif ainsi que vos salariés, pendant la JNA et en cours d'année. L'association fournit un kit de guides et supports d'information pour chacune des actions organisées. Elle mobilise les intervenants pour l'animation de conférences, d'ateliers et la réalisation de contrôles de l'audition (à but indicatif et à valeur non médicale).

(4) Le nom de votre marque est intégré au titre de l'enquête et cité dans l'ensemble des articles et sujets développés par les médias. Un communiqué de synthèse des résultats est réalisé et adressé à l'ensemble des contacts médias de la JNA (2 300 contacts) et remise dans le dossier de presse aux journalistes présents lors de la conférence de presse. La restitution des résultats et la présentation de la campagne sont programmées à Paris début mars, soit une dizaine de jours avant le jour de la campagne nationale. Le partenaire exclusif et financeur de l'enquête IPSOS est présent aux côtés des intervenants du Bureau Directeur de l'association.

(5) Logo de votre marque inséré dans le bandeau de l'affiche officielle réservé aux majors sponsors (zone privilégiée) au-dessus du bandeau des partenaires groupés sur les principaux supports. (Forte visibilité garantie.)

JNA ASSOCIATION Journée Nationale de l'Audition

Pour plus d'informations :
Contactez l'association au 04 72 41 88 50
jna@journee-audition.org

EVENEMENTIEL
Journée Nationale de l'Audition

SOURCES DE FINANCEMENTS

SUBVENTIONS D'ORGANISMES NON PUBLICS

SPONSORS PRIVES (produits et services en affinité audition)

PARTICIPANTS VIA BULLETINS DE PARTICIPATION

En complément : vente de documents JNA, livres, bande dessinée, matériels d'exposition, opérations spéciales, actions dans l'année, adhésions…

DISPOSITIF DE FONCTIONNEMENT DE L'ASSOCIATION JNA

BUREAU DIRECTEUR

Conseil d'administration (administrateurs bénévoles)

Décisions, conception des actions et supports JNA (guides thématiques, brochures, vidéo, panneaux d'exposition…)

COMITE SCIENTIFIQUE

composé de 24 experts et spécialistes de l'audition

Rédaction et validation des supports de la JNA, animations de conférences, interventions dans les médias

SITE WEB OFFICIEL

Portail de l'audition à fort trafic toute l'année

Espace presse, bulletins de participation, référencement des professionnels participants JNA
ET son Facebook

3 AXES FORTS JNA

JEUNES EXPOSES A LA MUSIQUE AMPLIFIEE

Organisation de conférences, dépistages et diffusion de brochures « Nos oreilles on y tient », DVD, quiz, protections auditives en mousse dans les écoles, agences de La Mutuelle des Etudiants, Discothèques…
Et Ingénierie de dispositifs de prévention et logistique

BRUIT AU TRAVAIL Salariés exposés au bruit

Dans les entreprises, sensibilisation de la direction, des managers et salariés et du Service de Santé au Travail.
Organisation de conférences, exposition, programme de dépistages, diffusion de guides pédagogiques aux salariés.

LES SENIORS ET L'AUDITION Presbyacousie et acouphènes

Sensibilisation et informations, Journée portes ouvertes avec des dépistages et information sur les aides auditives chez les audioprothésistes participant à la JNA. Organisation de conférences, de contrôles auditifs, de tables rondes, d'ateliers.

Actions pendant la JNA en mars
ET
toute l'année à la demande de nos partenaires quelle que soit la thématique

CAMPAGNE DE PRESSE JNA

CONFERENCE DE PRESSE A PARIS

- Annonce des résultats de l'enquête Ipsos – JNA
- Lancement de la campagne
- Présentation des supports et des moyens (J-10 de la JNA)

Intervenants : Bureau JNA en appui des membres du Comité scientifique, avec la présence du partenaire financeur de l'enquête

RELATION AVEC LA PRESSE ET LES MEDIAS

- Envois réguliers de communiqués de presse thématiques
- Envoi dossiers de presse
- Initier des partenariats presse et dossiers spéciaux sur l'audition
- Relances téléphoniques et emailings réguliers via outils informatiques performants

SITE PORTAIL INTERNET ET FACEBOOK JNA

- Espace presse-médias
- Informations régulières sur les thématiques de l'audition
- Rubrique Actualités
- Espace partenaires et de téléchargement destiné aux participants à la JNA.
- Résultats enquête IPSOS
- Publication JNA avec bulletin de commande.

JNA ASSOCIATION Journée Nationale de l'Audition
Pour plus d'informations :
Contactez l'association au 04 72 41 88 50
jna@journee-audition.org